

大势观察

模具制造业步入产业链中级阶段

我国机床模具制造业近年来快速发展,但从技术水平来说仍然处于国际分工和产业链的中、低端,在中高端产品领域,我国刚实现“从无到有”的突破,目前我国模具制造业发展处于产业链中级阶段。

我国中高端模具机床产品基本实现了由“不能做”到“能做”的升级和跨越,经济规模实现“由小到大”的迅猛增长,连续多年居世界第一位。在中高端产品领域,我国已实现“从无到有”的突破,中高端模具机床产品主要规格品种基本实现由“不能做”到“能做”的升级和跨越。与此同时,企业综合素质得到普遍提升,一批具有较强市场竞争力的企业开始涌现。

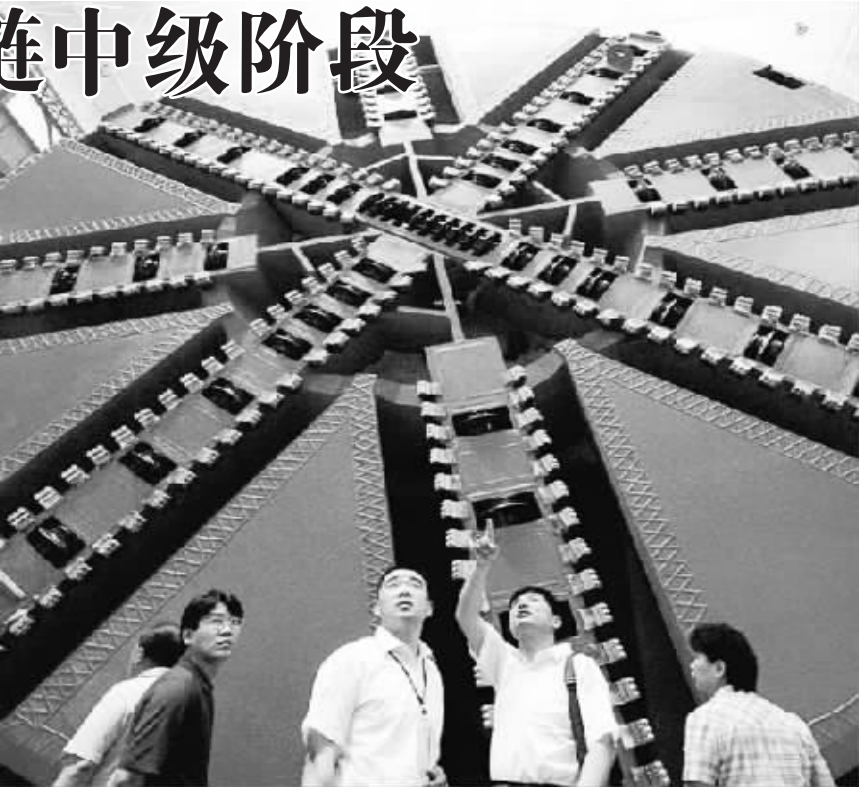
不过,总体来看,我国模具机床制造业仍然处于国际分工和产业链的中、低端,高端产品市场竞争力不足,相关企业为高端细分市场提供综合服务的能力相对薄弱,致使我国国民经济和国防安全重点领域的装备需求仍然严重依赖进口,受制于人,这

在航空制造领域表现尤为突出。

航空制造业是模具装备制造业的皇冠,为航空制造业尤其是为航空发动机制造业提供装备和服务的能力代表模具机床制造业的最高水平,也是模具机床制造业战略基础地位的具体体现。近年来,我国航空制造业开始进入快速发展期,已取得一系列重大技术突破,形成了一批创新发展成果。

有关人士表示,缺乏掌握和理解用户的需求、为用户提供全面解决方案的能力,是模具机床制造业长期存在的突出薄弱环节,也是制约我国高端模具发展的主要障碍。当前需推动模具机床行业企业深入了解和掌握高端制造领域,必须提供装备和服务的综合能力、水平都有所提高。想要提高模具机床制造业的发展,必须推动供需企业之间搭建起合作平台,促进供需双方加深了解,增强联系深化合作,在合作中共同进步。

(慧聪)



门控五金制品占据五金市场品牌制高点

随着生产商不断重视企业的品牌建设,加大科技投入,开发新产品,弹簧行业实现了从单一的小弹簧产品向多元化、大型化、现代化、规模化、新颖化的弹簧系列产品方向发展,迅速占领市场制高点。

受外贸行情节节衰退的逼迫,众多五金弹簧生产企业和经销商开始转换策略,开始专注于国内五金弹簧市场的开拓与创新,而一些本身就以内销售占优势的弹簧企业和商家,更是发挥自身优势,积极在

提档升级上狠下苦功,发展也是相当迅猛。国内市场容量虽不及国际市场那样大,但需求仍不小,又大部分属专业弹簧,销售价格较高,因而经济效益较好,只要重视产品质量,不断巩固和开拓市场份额,就同样有前途,同样能生存和发展。由于国内弹簧市场对弹簧品质和品牌更加挑剔,不管是弹簧经销商,还是直接用户,都非常重视弹簧的质量和品牌。有关人士认为,市场对高品质、好品牌弹簧的倾斜度加大。只要企业、

销售商跟对市场念好市场经,弹簧不愁没销路。国内用户对弹簧的质量要求越来越高,尤其对产品效率、重量、寿命等指标非常关注。以建筑行业为例,对国产弹簧的质量问题主要反映为:电锤易发热、连续工作时间短、电锤冲击力小、振动大,操作者要用力压着才能进深,钻头易磨损、易断等。

为更好开拓国内外市场,越来越多的弹簧生产企业和销售商更加注重科技创新,以质量取胜,以新品巩固和拓展市场。

因此,弹簧市场的品牌意识和品牌效应更为明显,很多稍有实力和规模的弹簧经销商,都对经销好品牌弹簧表现出很高的积极性。

而随着生产商不断重视企业的品牌建设,加大科技投入,开发新产品,弹簧行业实现了从单一的小弹簧产品向多元化、大型化、现代化、规模化、新颖化的弹簧系列产品方向发展,迅速占领市场制高点。

(金模)

我国将成为全球橡胶机械市场的重心

近年来,全球橡胶机械市场陷入低迷,但在我国,由于轮胎工业发展的拉动,国内橡胶机械行业的发展十分迅速,使得世界橡胶机械市场的分布格局被打破,目前,全球橡胶机械生产重心有向我国转移的趋势。

据最新资料统计了解,2009年,在全

球塑料橡胶机械的产值中,德国为22.5%,意大利为12.1%,美国为6.5%,日本为4.1%,而我国已经赶超德国成为全球最大的塑料橡胶机械生产国,我国占比为23.5%。

目前,全球橡胶机械制造商共800多家,其中,我国橡胶机械制造商占1/3以

上,达300多家。而且,自2003年以来,我国橡胶机械销售收入已连续6年位居全球第一。其中,2009年,我国橡胶机械销售收入占全球的25%

一方面,当前全球轮胎生产企业巨头纷纷投资在我国设厂,使得世界轮胎制造中心在逐步的向我国转移,为我国橡胶机

械生产企业增加了更多的订单需求,从而带动了我国橡胶机械行业的快速发展。另一方面,由于世界轮胎制造中心在向我国转移,世界橡胶机械制造商也纷纷来我国建厂,并加大与我国橡胶机械生产企业的合作力度,也加快了全球橡胶机械重向我国转移的步伐。

(莫连)

世界机电产品贸易当前形势分析

钟铨

从目前世界机电产品进出口贸易流向来看,绝大多数机电产品跨国流动贸易额,是在北美、欧洲和亚洲各国业已形成的区域贸易集团内部或跨区域贸易集团之间进行的。从经济全球化的角度来看,机电产品贸易在一定程度上显现了在地域分布上的相对集中。目前欧洲、北美、亚洲及大洋洲各国机电产品出口占世界机电产品出口贸易额的94%,上述地区机电产品进口占世界机电产品贸易额的85%。

由于世界机电产品发展主要依托欧洲、北美、亚洲机电产品贸易规模的扩大,因此,上述三个地区机电产品贸易增长速度,反映了整个世界机电产品贸易发展的全貌。

在十年辉煌之后,国内工程机械面临着过度饱和的困境,众企业不得不另谋其路,纷纷将目光投向海外市场。现在,俄罗斯、巴西、印度、越南、泰国、非洲等日益成为我国工程机械出口的新型火热区域。

巴西：加快重大工程建设步伐

2010年,时任巴西总统卢拉宣布巴西将启动一项总额8780亿美元的投资计划以升级巴西的基础设施,计划将推动巴西航空、公路及铁路系统的现代化进程。根据该计划,巴西将在未来数年将投资8780亿美元进行基础设施建设。

2012年,巴西政府先后推出多项基建投资计划,使基础设施投资达到4700亿雷亚尔。其中,910亿雷亚尔用于修建1万公里长的铁路线;420亿雷亚尔用于新建和扩建州际公路;546亿雷亚尔用于全国159个港口的改造;356亿雷亚尔用于建设全长511公里的高速铁路;187亿雷亚尔用于扩建机场,其中包括两个国际机场;1481亿雷亚尔用于发电生产,还有800亿雷亚尔用于石油天然气开采。

根据计划,巴西政府准备在5年内投资400亿雷亚尔,建设9条主要国道干线 and 国道复线,新建7500公里长的公路。此外,还将投资395亿雷亚尔,用于建设12条铁路线。这些公路和铁路建设项目竣工后,将改善巴西中西部的交通运输能力,降低巴西产品的运输成本,提高企业外贸竞争力。

2013年2月27日,巴西发展、工业和贸易部长费尔南多·皮门特尔宣布,巴西从今年



开始将步入一个投资高潮期,计划到2016年共投资3.8万亿雷亚尔(约合1.9万亿美元),用于提升巴西基础设施水平。投资将主要用于一系列基础设施项目建设,如公路、铁路建设及机场、港口改扩建工程。

据法新社7月31日报道,巴西总统罗塞夫当地时间7月31日宣布,政府将对圣保罗的基础设施和交通建设投资约30亿欧元。

印度：将迎来工程机械市场爆发期

根据印度“十二五”经济计划(2012—2016年),印度将侧重基础设施建设,并将“建设”定义为驱动经济转型的动力。在印度公布的第12个五年规划中,印度基础设施投资金额预计达到1万亿美元,投资领域包括公路、铁路、城市基础设施、商业和住宅建筑、港口、电力、水利设施、采矿、石油、天然气和机场等。在2012—2030年之间,印度至少将GDP的10%投入到基础设施建设上。此外,据统计,从2007—2015年,印度投放到工程机械市场的资金累计达到400亿美元。这意味着未来的8年,每年约增加17%的投资额。同时印度房地产业蓬勃发展,家庭收入提高和快速的城市化进程,使得印度中产阶级群体扩大,城市化率预计将从2001年的28%上升至2030年的40%。

面对不断增长的基础设施需求,印度政府允许私营企业参与基础设施的建设。由于他们在融资方面具有特性,一些新的融资方式像BOT(建设—拥有一转让)、BOOT(建设—拥有一经营—转让)、BOLT(建设—拥有一租赁—转让),使得许多基础设施建设成为可能。

印度政府给予承担基础设施建设的企业为期5年的免税期,这给印度工程机械设备市场发展带来了机遇。虽然印度工程机械市场需要较大,但受各种因素制约,印度的工程机械制造业目前发展较慢。

据了解,印度当地只有28%的机械能适应国内市场,而且印度工程建筑企业在本地购买工程机械需要至少两年才能投入使用,但购买中国的工程机械只需6个月就能立即投入使用。所以,中国工程机械比印度本地工程机械更有竞争力。除此之外,印度工程建筑企业逐渐放弃购买德国、日本、美国等大国的工程机械,因为中国的工程机械比德国、日本、美国的机械更便宜,能更迅速地投入使用。由此可见,印度对中国工程机械需求大增。

俄罗斯：逐步加快地铁建设步伐

近年来,俄罗斯大力发展铁路轨道交通建设。早在2011年,俄罗斯交通部就为莫斯科市长谢尔盖·索比亚宁制定了莫斯科市和莫斯科州2020年前交通发展计划。计划在今后9年拨款1.6万亿卢布(约合546亿美元)用于首都莫斯科的地铁建设。此外,根据计划,到2020年,将在莫斯科市和莫斯科州建设91个交通换乘枢纽;修改建设条例,要求住宅建设必须包括一定数量的车位。预计这些项目总耗资6.8万亿卢布(2322亿美元),其中,半数资金将用于修建道路。

俄罗斯总统普京在2013年6月21日宣布利用国家主权基金进行新公路和铁路建设的137亿美元的基建投资计划,希望以此重

振俄罗斯经济,避免增长停滞局面。普京说,横跨西伯利亚的铁路将升级为“连接欧洲与亚太地区的大动脉”。

此外,俄罗斯即将举办2014年冬季奥运会。为了带动本国经济发展、营造良好的比赛环境,俄罗斯将投资15260亿卢布(约3173.5亿元人民币)用于奥运场馆及其基础设施建设。据俄罗斯副总理德米特里·科扎克介绍,奥运场馆和城市基础设施的建设费为2000亿卢布(约416亿元人民币),与本届冬奥会间接相关的项目支出为5000亿卢布(1040亿元人民币)。有俄罗斯媒体报道称,索契冬奥会将成为有史以来最昂贵的奥运会。

墨西哥：4万亿比索投资基础设施建设

墨西哥总统培尼亚7月15日公布了该国《2013—2018年交通和通信基础设施领域投资计划》。该投资计划显示,墨西哥政府将在2013—2018年间投入1.3万亿比索(约合1027亿美元)资金用于改善交通和通信领域的基础设施建设状况。其中,5.82亿比索将投资于交通领域,用于新建或改建公路、铁路、港口和机场;其余7亿多比索则将投资于通信领域,用于提升通信领域实力。

此外,培尼亚还宣布了对墨西哥石油公司和墨西哥国家电力公司等企业的基础设施项目投资计划,据此,墨西哥政府预计将在接下来的6年时间内在交通、通信和能源领域的基础设施项目建设投资总额将达到4万亿比索(约合3160亿美元)。法新社称,墨西哥经济分析专家伊萨克表示,这一计划的投资总额相当于墨西哥2012年GDP总额的25%。

从目前世界机电产品进出口贸易流向来看,绝大多数机电产品跨国流动贸易额,是在北美、欧洲和亚洲各国业已形成的区域贸易集团内部或跨区域贸易集团之间进行的。从经济全球化的角度来看,机电产品贸易在一定程度上显现了在地域分布上的相对集中。目前欧洲、北美、亚洲及大洋洲各国机电产品出口占世界机电产品出口贸易额的94%;上述地区机电产品进口占世界机电产品贸易额的85%。

由于世界机电产品发展主要依托欧洲、北美、亚洲机电产品贸易规模的扩大,因此,上述地区机电产品贸易增长速度,反映了整个世界机电产品贸易发展的全貌。

电动工具出口如何扩大市场占有率



伍静

目前,在全球销售的电动工具中,绝大部分是从中国生产并出口的,中国已经成为世界主要的电动工具、特别是DIY工具的供应商。尤其是去年首次出现各类电动工具出口量、出口额和单价全面增长的利好消息,预示着电动工具行业将有更大更好的发展。手提电钻突破10亿美元大关近年来,我国电动工具行业大力开拓国际市场,取得了令世人瞩目的成绩,已经成为世界电动工具的生产大国和外贸出口大国。

市场竞争白热化

由于电动工具行业投入小、见效快,又是靠组装生产的特点,近十几年来我国电动工具企业如雨后春笋般地发展起来,虽然全行业的生产水平不断提高,但与此同时也带来了价格竞争的白热化,甚至已到了基本无利可图的状况。去年,受全球范围内的矽钢片、铜、铝等原材料价格全面上涨的推动,我国电动工具的国际市场价格全面扭转了逐年下滑的颓势,平均单价全部上扬,而且上涨幅度明显。在出口额超过4亿美元的大宗电动工具产品中,手提式电钻平均单价上涨16.4%,手提式电锯平均单价上涨18.2%,手提电动砂磨工具平均单价上涨13%,其他手提式电动工具平均单价上涨13.5%。虽然电动工具价格的上涨大部分与原材料的涨价相抵,没有带来利润的同步增长,但至少表明电动工具行业在向提高产品品质、走出口强国之路的方向迈进。

出口的电动工具产品近80%出口到了欧、美发达国家。全球电动工具进口额最大的两个市场是美国和德国,他们从我国进口的电动工具均列该国第一位。我国在这两个国家的市场占有率分别达55%及30%以上。在这些国家的建筑五金超市和五金工具商店可以看到,普通的电动工具产品基本上都是由我国生产并出口的。由于这些发达国家的国民愿意自己动手进行制作的特点,决定了在相当长的一段时间内欧洲和北美洲都将是我国电动工具出口的主要地区。但是金融危机以后,电动工具出口要寻找新兴市场。

提高技术水平

为巩固目前已占领的市场,进一步培育和开拓新的市场,今后重点抓好以下几方面工作:进一步提高产品质量,加快新产品开发。特别要重点加快电池式电动工具和电子控制电动工具的开发,不断提高电动工具的水平 and 产品品质。

生产技术向集约化、柔性化、自动化、专业化以及生产协作配套网络化发展。应逐步由定牌生产、中性包装的出口方式转向出口自己的名牌产品。定牌生产、中性包装生产方式确实对快速扩大我国电动工具出口起了重要的作用,但这并非长远之计,因为这种操作方式无法树立中国企业的形象,创出自己的名牌,我国的一些生产企业,只能是个默默无闻的加工厂,而中间商却获取暴利。另外,定牌生产往往暗藏商标侵权纠纷的隐患。为促使我国电动工具外贸市场更健康发展,维护我国电动工具行业的合法权益,在产品出口中一定要努力争创自己的名牌,获取应有的利润。

全面开展电动工具安全认证和电磁兼容认证工作,实行电动工具出口许可证,不断提高电动工具的质量和水平。

开拓新兴市场

进一步研究掌握欧美电动工具贸易惯例,在稳定和不断扩大我国电动工具在西欧北美市场上占有率的同时,积极开拓新的市场,实现市场多元化,特别要重点开拓非洲市场、拉美市场和东欧市场。

反对低价竞销,规范出口市场。我国大量出口的电动工具除一些外资企业产品外,一般价格都比较低,造成这一现象的主要原因是出口企业之间相互低价竞销。其危害相当严重,一些国有企业产品质量较优,但由于成本较高而在竞争中纷纷落马,而一些质量较差、甚至低劣者,却利用低价竞销的方式纷纷出口,从而在国际市场上造成不利影响,损害了我国产品的形象。特别是近两年来,这一现象已由外贸市场延至到内销市场,造成整个行业经济效益全面下滑。为了国家民族的利益,当今必须进一步规范市场,提倡公平竞争,使得电动工具外贸市场真正做到欣欣向荣。

在竞争中树立买方市场观念。实现行业要围绕市场求发展,企业要从以生产技术为中心转向市场营销为中心去努力,在产品上要用专业产品、自己动手做产品同时并重,企业的生产、技术、营销及售后服务上都要符合买方市场规律办事。